

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Publicidad

Trabajo Final de Licenciatura (TFL)

*“La velocidad de las redes sociales, su inserción y superación de las teorías
de medios de comunicación de masas”*

Alumna: Silvina Siri

Director de la Carrera de Publicidad: Prof. Daniel Gutiérrez

Decano de la Facultad: Dr. Máximo Paz

Fecha: 30/11/2016

Lugar: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y **de la Comunicación Social**

Licenciatura en Publicidad

Trabajo Final de Licenciatura (TFL)



Hipótesis:

“La velocidad de las redes sociales, atraviesa y supera a los medios de comunicación tradicionales, afirmando la teoría de los usos y gratificaciones”

Las teorías de la comunicación de masas, se han ido superando a través de los años, hasta la aparición de las redes sociales, que superan a todas las teorías, dada la velocidad con que se insertaron en el público, reforzando la teoría de los usos y gratificaciones de Gerbner.

ÍNDICE

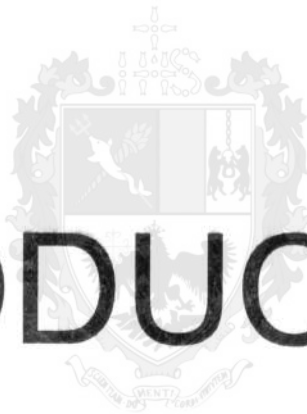


USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

ÍNDICE

<u>Introducción</u>	Pág. 5
<u>Desarrollo</u>	Pág. 8
<i>El rol de los medios masivos de comunicación</i>	Pág. 9
• La evolución biológica de las personas.....	Pág. 9
• El Pseudoambiente.....	Pág. 16
• Desarrollo Evolutivo de la Opinión Pública.....	Pág. 21
• La exposición del público a los medios de comunicación.....	Pág. 26
• La exposición de la Opinión Pública a los Medios de Comunicación...Pág.48	
• Redes sociales.....	Pág.52
• Redes Sociales: teoría de los usos y gratificaciones.....	Pág. 55
<u>Conclusión</u>	Pág. 60
<u>Anexo</u>	Pág. 62
<u>Bibliografía</u>	Pág. 65

INTRODUCCIÓN



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCIÓN

En el siguiente trabajo se desarrollará la aparición de las redes sociales, como superadoras de todas las teorías de los medios de comunicación de masas, demostrando la velocidad con la que se insertan en la sociedad, involucrando a los diferentes públicos, según sus estratos sociales y las sociedades a las que pertenecen, específicamente en el segmento de los adolescentes y jóvenes, como blanco directo de las mismas.

Se explicarán las etapas correspondientes al desarrollo de crecimiento de las personas, focalizándose en la adolescencia hasta el final de la misma, como proceso de crecimiento a la adultez y analizándose la influencia de los diferentes medios de comunicación con sus respectivas teorías y evolución hasta la aparición de las redes sociales.

El individuo al momento de su inclusión como parte de la sociedad, conforma o es parte del colectivo social y se encuentra expuesto, tanto a los conocimientos adquiridos desde su seno familiar, religioso/cultural, escolar, social, como a los mensajes constantes de los medios de comunicación y redes sociales, informando y formando valores que rigen y constituyen ese colectivo al que pertenecen.

Se desglosarán los conceptos de individuos, adolescentes y adultos, junto con los conceptos de influencia, imagen, estereotipos, opinión pública, medios de comunicación y redes sociales, para analizar a las personas en sus conductas, desde su individualidad a su pertenencia a un grupo como ser social, desde el momento que es atravesado por la presencia de los medios de comunicación y